

**PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA LAYANAN OJEK ONLINE DI
WILAYAH EKS KARESIDENAN SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

BINTANG CAHYA GUMILANG

B100130421

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah memeriksa dan menyetujui skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA LAYANAN OJEK ONLINE DI
WILAYAH EKS KARESIDENAN SURAKARTA**

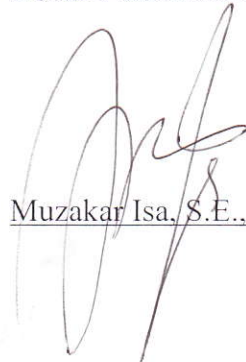
Yang disusun oleh:

BINTANG CAHYA GUMILANG

B100130421

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Muzakar Isa, S.E., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA LAYANAN OJEK ONLINE DI
WILAYAH EKS KARESIDENAN SURAKARTA

Oleh
BINTANG CAHYA GUMILANG
B100130421

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 3 Juni 2017
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Syamsudin, MM
(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

2. Basworo Dibyo, SE., M.Si
(Sekretaris Dewan Penguji)

(.....)

3. Muzakar Isa, SE, M.Si
(Anggota Dewan Penguji)

(.....)

Dekan,





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : BINTANG CAHYA GUMILANG
NIM : B100130421
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN JASA LAYANAN OJEK ONLINE DI
WILAYAH EKS KARESIDENAN SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 29 Mei 2017

Yang membuat pernyataan

(BINTANG CAHYA GUMILANG)

MOTTO

Lautan tenang tidak akan melahirkan pelaut yang hebat, langit yang cerah tidak akan melahirkan pilot yang handal.

Aku tidak peduli atas keadaan susah atau senangku. Karena aku tak tau mana diantara keduanya yang lebih baik untukku (Umar Bin Khatab).

Manusia tidak pernah tau dimana dia harus menjemput rizkinya, tapi rizki pasti tau dimana pemiliknya (Tsabita).

Dan tidak satu pun makhluk bergerak (bernyawa) dibumi melainkan dijamin Allah rezekinya (QS, Hud : 6).

Kalau sama Tuhan kita harus 100%, kalau kepada ilmu kita, cukup 99%.
Seluruh yang saya ketahui dan yakini benar itu belum tentu benar. Maka saya tidak mempertahankan yang saya yakini benar karena mungkin mendapatkan ilmu yang lebih tinggi (Muhammad Ainun Nadjib).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Allah SWT, yang memberikan nafas dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua. Aamiin...
- Rasulullah SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad, keluarga dan para sahabat.
- Ibu dan ayah tercinta yang telah mencurahkan kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang tergantikan, semoga jerih payah, untaian do'a, dan kesabaran senantiasa tercurah.
- Adik-adiku tersayang yang memberikan semangat dan kebahagiaan tiada henti.
- Sahabat-sahabatku sekalian.

ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis saat ini sangat pesat baik produk maupun jasa sehingga dibutuhkan strategi-strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi persaingan bisnis dan mempertahankan yang sudah ada atau bahkan meningkatkan jumlah pelanggan. Seperti pada bisnis jasa layanan ojek online yang akhir-akhir ini sedang diperbincangkan berbagai pihak terkait keberadaannya. Terdapat banyak hal yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa layanan ojek online, diantaranya adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan secara parsial dan simultan terhadap keputusan menggunakan jasa layanan ojek online. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan populasi penelitian adalah seluruh pengguna jasa layanan ojek online, sampel yang di ambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengambilan sampel tertentu yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa layanan ojek online. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas dan multikolinearitas), uji regresi linier berganda dan uji *goodness of fit* (uji t, uji F dan uji koefisien determinasi/ R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi keputusan pembelian berikutnya. Loyalitas pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, artinya semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan maka semakin tinggi keputusan pembelian berikutnya. Kepuasan dan loyalitas pelanggan berpengaruh positif signifikan keputusan pembelian kembali, artinya secara bersama-sama kepuasan dan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali.

Kata Kunci: Kepuasan, Loyalitas, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The progress of business nowadays are really fast either product or service, so it needs the right strategies for marketing to face competition in business and maintain what we already have or even increasing the amount of customer. Like in the business of motorcycle online services which recently discussed by many parties for its existence. There are many things that influenced consumers to use a motorcycle online services, amongst them is the satisfaction and customer loyalty. This study aimed to analyze the effect of satisfaction and customer loyalty in partial and simultaneously to the decision to use the services of motorcycle online services. This research using survey method with the population of the research are the all customers of motorcycle online services, the sample that taken are 100 respondents by using purposive sampling with criteria that the respondent already had the experience of using the motorcycle online services. The methods that used for analyzing the data are test instrument of research (test validity and reliability), test the classic assumption, (normality test and multicollinearity), test multiple linear regression, and test Goodness of Fit (t test, F test and the coefficient of determination/ R^2). The results showed customer satisfaction significant positive effect on consumer purchasing decisions, meaning that the higher level of customer satisfaction, the higher the subsequent purchasing decisions. Consumer loyalty significant positive effect on repurchase decisions, meaning that the higher level of consumer loyalty, the higher the subsequent purchasing decisions. Satisfaction and customer loyalty significantly influence the purchasing decision back, meaning jointly satisfaction and loyalty significantly influence the purchasing decision back.

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA LAYANAN OJEK ONLINE DI WILAYAH EKS KARESIDENAN SURAKARTA”** dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materiil. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Muzakar Isa, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis.
3. Para dosen penguji yang telah memberikan kritikan, koreksi, dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

4. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal pengetahuan dan pengalaman selama masa studi.
5. Kepada yang terhormat Ayahanda dan Ibunda yang penulis sayangi, yang dengan tulus ikhlas telah mendidik dan mengorbankan tenaga, waktu dan materi, serta motivasi, untaian do'a dan kasih sayang yang dicurahkan pada penulis selama menyelesaikan studi.
6. Adik-adiku sekalian, yang selalu memberi motivasi dan semangat selama menyelesaikan studi.
7. Sahabat-sahabatku sekalian (Desta, Isti, Yani, Ayu, Dika, Kos An- Nur, Kepompong, dan Teman- teman seperjuangan seangkatan) yang memberikan motivasi, bimbingan dan saran dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam dunia pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 29 Mei 2017

Penulis

BINTANG CAHYA GUMILANG

B100130421

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 SISTEMATIKA PENULISAN	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Jasa	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	11
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	15

	2.2 Penelitian Terdahulu	17
	2.3 Kerangka Pemikiran	18
	2.4 Hipotesis Penelitian	18
BAB III	METODE PENELITIAN	19
	3.1 Jenis Penelitian	19
	3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19
	3.2.1 Variabel Dependen	19
	3.2.2 Variabel Independen	20
	3.2.3 Definisi Operasional Variabel	20
	3.3 Penentuan Populasi dan Sampel	21
	3.3.1 Populasi	21
	3.3.2 Sampel	21
	3.4 Metode Pengumpulan Data	22
	3.4.1 Jenis dan Sumber Data	22
	3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	23
	3.5 Metode Analisis Data	24
	3.5.1 Deskripsi Statistik	24
	3.5.2 Uji Validitas	24
	3.5.3 Uji Reliabilitas	25
	3.5.4 Uji Asumsi Klasik	26
	3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
	4.1 Analisis Deskriptif	31
	4.1.1 Karakteristik Responden	31
	4.1.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	36
	4.2 Uji Instrumen Penelitian	43
	4.2.1 Uji Validitas	43
	4.2.2 Uji Reliabilitas	46
	4.3 Analisis Data	46
	4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
	4.3.2 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	48

4.3.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.4 Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian	58
5.3 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	20
Tabel IV. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel IV. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	32
Tabel IV. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	33
Tabel IV. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel IV. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel IV. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Layanan Ojek Online	35
Tabel IV. 7 Data Deskripsi Kepuasan Pelanggan	37
Tabel IV. 8 Data Deskripsi Loyalitas Pelanggan	39
Tabel IV. 9 Data Deskripsi Keputusan Pembelian	41
Tabel IV. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	44
Tabel IV. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	44
Tabel IV. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel IV. 13 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel IV. 14 Hasil Analisis Data	47
Tabel IV. 15 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel IV. 16 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	53

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	65
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 3	Hasil Analisis Deskriptif	72
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	74
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	77
Lampiran 6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Instrumen Penelitian	80
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik	82